

TECIS  
3488

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social

Tesis Monográfica



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

Tema: Noticias por televisión. El proceso diario de informar y desinformar.

Autor: Gabriel Marcelo Sadi.

Materia: Seminario de Investigación Periodística

Cátedra: Prof. Raúl Horacio Burzaco.

Mar del Plata / Marzo de 2000

# NOTICIAS POR TELEVISION

El

proceso

diario



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR

de

informar

y

desinformar

## INDICE

INTRODUCCION.....	5
I. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION ARGENTINA.....	9
II. ESTADISTICAS DE AYER Y HOY.....	14
III. PROGRAMACION TELEVISIVA.....	17
III.1. <b>Imagen y sonido</b> .....	18
III.2. <b>Credibilidad</b> .....	19
III.3. <b>Estadísticas</b> .....	20
III. NOTICIEROS TELEVISIVOS.....	26
III.1. <b>Historia</b> .....	26
III.2. <b>Propiedades generales</b> .....	28
III.3. <b>Espectacularización y pérdida de profundidad</b> .....	33
III.4. <b>El ritual de consumir noticias</b> .....	37
III.5. <b>Selección de noticias</b> .....	42
III.6. <b>Estudios sobre la producción de noticias</b> .....	45
III.7. <b>Valores informativos</b> .....	48
V. INFORMACION TELEVISIVA.....	53
V.1. <b>La televisión en el centro del hogar</b> .....	53
V.2. <b>Mediación social</b> .....	57

V.3. <b>La construcción social de la realidad</b> .....	59
V.4. <b>Dependencia de los medios</b> .....	64
V.5. <b>Marco teórico</b> .....	67
VI. <b>NATURALMENTE FRAGMENTARIA</b> .....	87
VII. <b>AUDIENCIAS TELEVISIVAS</b> .....	93
VIII. <b>RECEPCION TELEVISIVA</b> .....	99
IX. <b>¿A MAS INFORMACION MEJOR INFORMACION?</b> .....	111
IX.1. <b>La actividad de las audiencias</b> .....	111
IX.2. <b>¿Formación crítica?</b> .....	116
X. <b>CONCLUSION</b> .....	129
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	135
<b>APENDICE</b> .....	138

## INTRODUCCION

“Lo que no pasa en los medios de comunicación social no existe”. Escuchar esta frase, tomada del acervo popular y ya casi tornada en axioma, se ha vuelto usual en los últimos años. Exagerada en esencia, no deja de tener visos de realidad, particularmente en materia de medios audiovisuales.

En consecuencia con ello, es un hecho irrefutable que las sociedades contemporáneas no pueden desarrollarse sin un presente que les sirva como punto de referencia; presente recreado, en buena medida, por los medios de comunicación y, en especial, por la televisión.

En este contexto descripto, el papel de los noticieros televisivos en la configuración de las grandes temáticas sociales cobra una importancia mayúscula.

La finalidad del presente trabajo girará en torno a elucidar la viabilidad de las personas para recibir críticamente los mensajes televisivos y, fundamentalmente, aquellos de índole informativa. Tratará de alcanzar un desarrollo conceptual que permita discernir si las audiencias son capaces de actuar de modo crítico ante el actual estado de

la información, aclarando lo que en nuestros días se entiende cuando se hace referencia a la actividad o capacidad crítica de las personas.

Asimismo, aquí también se debe tener en consideración la fragmentación que presentan los mensajes televisivos, que actúa negativamente sobre la recepción de las informaciones al exigir un esfuerzo intelectual que rara vez el televidente está en condiciones de realizar, producto de la falta de tiempo contextualizada en un cuadro de situación caracterizado, a su vez, por el exceso y la superposición constante de noticias.

De igual manera, se podrían plantear otros interrogantes similares relacionados: ¿un estado de constante sobreinformación genera irremediabilmente una constante desinformación?; ¿un estado de constante sobreinformación deja lugar al enjuiciamiento de los mensajes que se reciben?

En definitiva, la hipótesis principal postula que el tratamiento y la presentación de la información de los noticieros televisivos dificulta el proceso de recepción crítico de los contenidos.

A efectos de corroborar u objetar el postulado, al principio de la obra se brindan datos históricos de la televisión argentina,

complementados con estadísticas contextuales de interés y peculiaridades básicas atinentes a la programación televisiva que predomina en la actualidad.

Más adelante, los protagonistas son los noticieros televisivos. Su historia, sus particularidades y las diferentes actividades que tienen lugar en su seno ocupan las páginas.

Luego, respondemos al interrogante derivado de la influencia de los espacios informativos televisivos en la construcción de la realidad social de las personas; es decir, buceamos en la forma en que intervienen en la conformación del marco de conocimiento de aquello que acontece a escala local, nacional y mundial.

El contenido del siguiente segmento está inspirado en las cualidades fragmentarias -a todas luces inherentes- de los mensajes televisivos.

A continuación, los puntos desarrollados son los estudios sobre las audiencias televisivas y su confrontación con los análisis, particularmente latinoamericanos, acerca de los procesos de recepción televisiva.

Hacia el final, el tema que cierra el contenido de la tesis monográfica es la supuesta actividad crítica de las personas en su relación con la televisión.

En suma, está en juego la libertad personal que se evidencia en la posibilidad de desenvolverse críticamente ante los mensajes de una institución -la televisión- que, día tras día, asume una mayor gravitación social.



USAL  
UNIVERSIDAD  
DEL SALVADOR



## **I. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION ARGENTINA**

La televisión argentina nació a mediados de siglo, esto es, diez años después que en Estados Unidos y casi un lustro más tarde que en Europa. A pesar de que las primeras pruebas experimentales de televisación por canal abierto se realizaron a fines de los '30 y principios de los '40, fue necesario esperar hasta el año 1951 para que se produjera su nacimiento formal.

La primera imagen del canal 7 -el que estaba en mejores condiciones técnicas para transmitir- se emitió desde Plaza de Mayo el 17 de octubre de 1951, en el marco de la conmemoración del Día de la Lealtad. Fue Eva Perón, primera dama de aquel entonces, la encargada de proponer a Jaime Yankelevich que desarrollara el medio de comunicación en Argentina. El administrador de Radio Belgrano adquirió en Estados Unidos equipos económicos de descarte y fundó la emisora que luego pasó a llamarse LS 82 TV Canal 7.

Como consecuencia natural de que las tres radios y el canal de televisión existentes eran del Estado, el peronismo, en busca de un mayor pluralismo, llamó a licitación y con ella nació la primera y única Ley de Radiodifusión (la 14.241) aprobada durante un gobierno democrático. El

proceso licitatorio duró muy poco. Un año después, en 1955, el régimen militar autodenominado Revolución Libertadora dio un golpe de estado y se apropió de los medios de comunicación.

La televisión privada se hizo realidad a partir de 1957. El General Pedro Eugenio Aramburu decidió llamar a licitación para otorgar licencias en Capital y en el interior. De esta manera, se entregaron las primeras tres licencias: una en Buenos Aires, otra en Mendoza y la restante en Mar del Plata.

El primer canal capitalino fue el 9, fundado en 1960 bajo el gobierno constitucional de Arturo Frondizi. Luego apareció Canal 13 y, al año siguiente, Canal 11. Las sociedades argentinas adjudicatarias de las emisoras se asociaron con grandes cadenas estadounidenses que, mediante la figura de la productora asociada, pusieron los aportes financieros y recibieron a cambio el poder de decisión. Los canales del interior, en tanto, iniciaban lo que sería una costumbre de muchos años: su programación se centralizaba casi exclusivamente en productos adquiridos de los canales de Buenos Aires.

El posterior ingreso de capitales nacionales hizo que las cadenas extranjeras se alejaran de estas latitudes. Aunque lo hicieron con la

garantía tácita de la compra de sus programaciones por parte de los nuevos dueños. En 1965, las acciones de Canal 9 pasaron de la NBC a Alejandro Romay; a principios de los '70 la ABC le vendió su paquete del 11 a Héctor Ricardo García, propietario del diario Crónica; la CBS, propietaria de Canal 13, hizo lo propio con Goar Mestre y sus socios, los hermanos Vigil, dueños de Editorial Atlántida. Durante un corto tiempo la televisión argentina disfrutó de un gran momento de gloria.

Los tres canales continuaron privatizados, el único estatal continuaba siendo el 7. Al arribar Héctor Cámpora al poder caducaron las licencias otorgadas en 1958 por el término de 15 años. Asumido el General Juan Domingo Perón, se estableció una conducción conjunta entre el Estado y los privados que duraría muy poco: la estatización definitiva se produjo en agosto de 1974.

Con el nuevo gobierno de facto los canales se repartieron entre las Fuerzas Armadas: Canal 9 para el Ejército, Canal 11 para la Fuerza Aérea y Canal 13 para la Marina. ATC quedó bajo la órbita de la Presidencia de la Nación. Con la promulgación de la Ley 22.285 de Radiodifusión en 1980 se frustró la promesa militar de privatizar nuevamente los medios. Una disposición en particular, el inciso e) del

artículo 45, propició la discusión: se prohibía a los dueños de empresas periodísticas gráficas su acceso a los medios electrónicos. Diversos recursos judiciales presentados por los perjudicados trabaron el plan privatizador imaginado por los militares.

A pesar de ello, a fines del gobierno de facto Canal 9 fue devuelto a su antiguo permisionario, Alejandro Romay. La empresa Telearte S.A. tomó posesión del canal recién en mayo de 1984, durante el gobierno constitucional de Raúl Alfonsín. Como consecuencia de la decisión gubernamental de no privatizar las restantes emisoras, el 9 disfrutó por varios años de su condición de única emisora privada, con una notable acumulación de dinero y audiencia masiva.

Este cuadro de situación cambió radicalmente con la decisión del nuevo gobierno de extracción justicialista -encabezado por Carlos Menem- de privatizar las ondas 11 y 13. Con algunas modificaciones a la normativa vigente que posibilitaron el ingreso de sectores de la industria cultural al negocio de la televisión, Canal 13 fue adjudicado a la empresa Arte Televisivo Argentino (ARTEAR), miembro del hoy Grupo Clarín; Editorial Atlántida, en tanto, se adueño de Canal 11, que pasó a llamarse TELEFE. La escala privatizadora también alcanzó en 1987 a Canal 2 de

la ciudad de La Plata, otorgado a través de un traspaso de acciones al grupo conducido por Eduardo Eurnekián, actualmente denominado Multimedios América.

Por el momento, el Estado sólo conserva para sí la propiedad de ATC, aunque a mediados del año 1998 había cobrado fuerza la intención de privatizarlo. Si así ocurriera, el Estado se vería obligado a utilizar la frecuencia del Canal 4 para mantener una emisora pública de televisión. Sin embargo, como contrapartida, la creación del Canal 4 de Buenos Aires podría llevar a un conflicto diplomático con la República Oriental del Uruguay, producto de la existencia en aquel país del Canal 4 de la ciudad de Montevideo. No obstante, vale recalcar que la intención privatizadora no alcanzó aún ribetes definitivos.

## II. ESTADÍSTICAS DE AYER Y HOY

En nuestro país, del mismo modo que en casi todas las naciones del planeta, somos testigos de la expansión de los productos de la industria audiovisual y, en especial, de la televisión. Así lo corroboran algunas estadísticas: la televisión argentina tiene una cobertura de aproximadamente el 95% de la población total del país, con una cantidad de aparatos cercana a los 10 millones. Además, investigaciones realizadas en los últimos años dan cuenta de que el 94,2% de las personas consultadas revelaron que habían visto televisión en los últimos días; el 56% afirmó que ver televisión era su actividad principal en los días de semana durante las horas no laborales; el 70,5% manifestó ver televisión de dos a seis horas los días de semana y un 50% contestó que veía entre tres y ocho horas los fines de semana (1). De todos modos, la temática se da a escala mundial: de acuerdo a una encuesta del Semanario *Time*, los estadounidenses dedican a la televisión un promedio diario de 6 horas y 48 minutos.

Los datos estadísticos reafirman la penetración de la televisión, consensuada últimamente como el producto audiovisual por excelencia.